

PLANIFICATION STRATÉGIQUE 2022 — 2027



CIBLES STRATÉGIQUES 2022-2027

1. Inciter davantage de Québécois à vivre des expériences touristiques autochtones en passant d'un taux de 47 % à 60 %;
2. Contribuer à la croissance du nombre d'entreprises touristiques à propriété autochtone en passant de 247 à 300;
3. Viser une adhésion à TAQ de 85 % des entreprises touristiques à propriété autochtone (actuel 79 %);
4. Contribuer à la maturité d'un nombre croissant d'entreprises touristiques autochtones exportables en atteignant la cible de 30 % (actuel 20 %);
5. Accompagner un plus grand nombre d'entreprises autochtones dans les services et programmes d'aide (nombre d'entreprises différentes et nombre d'interventions – marqueur à établir an 1).

PLAN D'ACTION 2022 — 2025

PILERS DE DÉVELOPPEMENT	PROMOTION DIRIGÉE	OFFRE DURABLE	INTELLIGENCE D'AFFAIRES	ORGANISATION EFFICIENTE
Grandes orientations et principales actions 2022-2025	<ol style="list-style-type: none"> 1. Soutenir la relance par une réorganisation des efforts : <ul style="list-style-type: none"> ▸ Représentation réseau de distribution; ▸ Relations de presse; ▸ Actualisation outils de promotion et représentation; ▸ Campagne intra-Québec en partenariats (ATRs, AITQ); ▸ Activation et interception portes d'entrées (Mtl, Qc); ▸ Partenariat organisateur de voyage pour conversion. 2. Poursuivre le virage numérique : <ul style="list-style-type: none"> ▸ Tactiques relationnelles et d'engagement; ▸ Stratégies de contenus; ▸ Évolution des plateformes numériques; ▸ Stratégie médias sociaux, ambassadeurs, influenceurs; ▸ Interceptions numériques marchés extérieurs et portes d'entrée. 3. Alimenter et outiller les membres, les partenaires et les relayers : <ul style="list-style-type: none"> ▸ Tactiques relationnelles et d'engagement; ▸ Stratégie de contenus dédiée à l'industrie; ▸ Coffre à outils et ses déclinaisons; ▸ Accompagnements des relayers; ▸ Représentation auprès du réseau de distribution. 4. Positionner le tourisme autochtone : <ul style="list-style-type: none"> ▸ Arrimage avec les stratégies ATAC et AITQ; ▸ Organisation de l'offre et thématisation; ▸ Développement de l'approche de communication créative; ▸ Production d'un guide de marque et ses outils. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Soutenir l'entrepreneuriat autochtone dans les territoires : <ul style="list-style-type: none"> ▸ Appui aux communautés et aux entreprises dans leur développement touristique via écosystème entrepreneurial mis en place par TAQ; ▸ Étude prévisionnelle des besoins de main-d'œuvre et programme de formation 5 ans dans les communautés participantes; ▸ Plan triennal d'accompagnement de projets/entreprises en développement; ▸ Plan d'accompagnement sur 2 ans d'entreprises actives pour les mener au stade d'exportation. 2. Matérialiser l'approche de développement durable dans les organisations : <ul style="list-style-type: none"> ▸ Formation et accompagnement d'une cohorte de 20 entreprises sur deux ans; ▸ Implantation d'une démarche de transition durable au sein de TAQ; ▸ Formation d'un écoconseiller interne; ▸ Forum des entreprises sur le bilan des accompagnements. 3. Structurer l'offre : <ul style="list-style-type: none"> ▸ Mise en place de nouvelles thématiques; ▸ Développement d'histoires et contenus; ▸ Implantation dans les différents outils; ▸ Diffusion des contenus dans le réseau (médias, ATRs, etc.). 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Alimenter et diffuser les connaissances sur les segments porteurs : <ul style="list-style-type: none"> ▸ Diffusion des résultats de l'Enquête auprès des Québécois parmi les relayeurs (membres, partenaires, journalistes); ▸ Maîtrise de l'outil simulateur de l'Enquête pour meilleure adéquation clientèles- expériences autochtones (thématisation, forfaitisation); ▸ Implantation, suivi et analyse d'indicateurs de performance dans les différents points de contacts clients. 2. Protéger l'authenticité de l'offre touristique autochtone : <ul style="list-style-type: none"> ▸ Collaboration aux démarches RISE ▸ (ATAC) et de la CDEPNQL (logo de l'ours) sur l'authenticité des Expériences touristiques autochtones; ▸ Adoption, diffusion et implantation d'une charte d'engagement sur l'authenticité et le développement durable. 3. Promouvoir les meilleures pratiques d'affaires (MPA) en milieu autochtone : <ul style="list-style-type: none"> ▸ Veille stratégique sur les innovations en tourisme autochtone sur différents thèmes; ▸ Missions commerciales (best practice missions) auprès de communautés autochtones hors Québec; ▸ Banque de données sur les MPA. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Optimiser les pratiques internes : <ul style="list-style-type: none"> ▸ Utilisation systématisée du CRM pour suivis membres, partenaires, reddition de comptes; ▸ Plan de relève sur postes stratégiques des cadres et des administrateurs; ▸ Nouvel organigramme redéfini des départements de TAQ; ▸ Mise en application des recommandations du diagnostic RH. 2. Renforcer l'utilisation des services de TAQ : <ul style="list-style-type: none"> ▸ Structuration et promotion du panier de services selon stade de développement des membres. 3. Représenter et agir dans l'intérêt du secteur : <ul style="list-style-type: none"> ▸ Lobby auprès gouvernements pour soutenir les entreprises et les écosystèmes entrepreneuriaux du tourisme autochtone dans les régions; ▸ Activation des partenariats; ▸ Poursuite des efforts sur projet d'ambassade des Premières Nations; ▸ Attraction du Congrès international sur le tourisme autochtone au Québec; ▸ Rencontre bilan des partenaires de TAQ à mi-plan stratégique et en fin de planification.

TOURISME AUTOCHTONE QUÉBEC

STRATEGIC PLAN 2022 — 2027



STRATEGIC TARGETS 2022-2027

1. Encourage more Quebecers to take part in Indigenous tourism experiences (increase current segment from 47% to 60%).
2. Increase the number of Indigenous-owned tourism enterprises from 247 to 300.
3. Aim for 85% of Indigenous-owned tourism enterprises to join ITQ (currently 79%).
4. Contribute to the maturity of a growing number of export-ready Indigenous tourism enterprises to reach the 30% target (currently 20%).
5. Help a greater number of Indigenous enterprises through support services and programs (number of different enterprises and number of interventions – indicator to be set in year 1).

ACTION PLAN 2022 — 2025

DEVELOPMENT PILLARS	TARGETED PROMOTION	SUSTAINABLE OFFER	BUSINESS INTELLIGENCE	EFFICIENT ORGANIZATION
<p>Key focus areas and major initiatives for 2022-2025</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Support tourism recovery by regrouping efforts: <ul style="list-style-type: none"> ▶ Travel trade representation ▶ Press relations ▶ Updating promotion and representation tools ▶ Intra-Quebec campaign with partners (ATR, AITQ) ▶ Activation and interception at gateways (Mtl, Qc) ▶ Tour operator partnership for conversion 2. Engage deeper in the digital shift: <ul style="list-style-type: none"> ▶ Relational and engagement tactics ▶ Content strategies ▶ Evolution of digital platforms ▶ Social media strategy (ambassadors, influencers) ▶ Digital interceptions (overseas markets and gateways) 3. Support and equip members, partners and stakeholders: <ul style="list-style-type: none"> ▶ Relational and engagement tactics ▶ Content strategy dedicated to the industry ▶ Toolkit and its variations ▶ Support to stakeholders ▶ Representation with the travel trade 4. Position Indigenous tourism: <ul style="list-style-type: none"> ▶ Align with ITAC and AITQ strategies ▶ Offer organization and thematization ▶ Develop the creative communication approach ▶ Develop a brand guide and tools 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Support Indigenous entrepreneurship in the territories: <ul style="list-style-type: none"> ▶ Tourism development support to communities via an entrepreneurial ecosystem set up by ITQ ▶ Forecast study of labour needs and five-year training program in participating communities ▶ Three-year support plan for start-up projects/enterprises ▶ Two-year support plan to help active enterprises become export-ready 2. Implement a sustainable development approach in organizations: <ul style="list-style-type: none"> ▶ Training and support for a cohort of 20 enterprises over 20 years ▶ Implementation of a sustainable transition process within ITQ ▶ Training of an internal eco-advisor ▶ Business forum on support status 3. Structure the offer: <ul style="list-style-type: none"> ▶ Implement new themes ▶ Craft articles and content ▶ Integrate within various tools ▶ Share and spread content in the network (media, ATR, etc.) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Develop and share knowledge on promising sectors: <ul style="list-style-type: none"> ▶ Share the findings of the survey of Quebecers with stakeholders (members, partners, journalists) ▶ Leverage the survey simulator tool for a better clientele-Indigenous experience match (thematization, packaging) ▶ Implement, monitor and analyse performance indicators at the various customer contact points 2. Protect the authenticity of the Indigenous tourism offer: <ul style="list-style-type: none"> ▶ Collaborate toward the RISE (ITAC) program and FNQLEDC initiatives (bear logo) regarding the authenticity of Indigenous tourism experiences ▶ Adoption, implementation and sharing of a commitment charter on authenticity and sustainable development 3. Promote best business practices (BBP) in Indigenous communities: <ul style="list-style-type: none"> ▶ Strategic intelligence on innovations in various spheres of Indigenous tourism ▶ Trade missions (best practices missions) in Indigenous communities outside Quebec ▶ BBP database 	<ol style="list-style-type: none"> 4. Optimize internal practices: <ul style="list-style-type: none"> ▶ Systematic use of the CRM for follow-ups with regard to members, partners, reports ▶ Succession plan for strategic positions (management and board) ▶ Redefined and renewed organizational chart of ITQ departments ▶ Implementation of the HR diagnosis recommendations 5. Scale up the use of ITQ services: <ul style="list-style-type: none"> ▶ Structure and promote various services as per the members' development stage 6. Represent and act in the best interests of the sector: <ul style="list-style-type: none"> ▶ Lobby governments to support Indigenous tourism enterprises and entrepreneurial ecosystems in the regions ▶ Develop partnerships ▶ Further ongoing efforts on the First Nations embassy project ▶ Raise interest for the International Indigenous Tourism Conference in Quebec ▶ Review meeting with ITQ partners at strategic plan mid-term and planning phase end.

INDIGENOUS TOURISM

